



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення вченої ради університету
25 лютого 2026 року,
протокол № 6.

Ректор університету, голова вченої
ради,
доктор юридичних наук, професор

_____ Олег ОМЕЛЬЧУК

25 лютого 2026 року

м.п.

РОБОЧА ПРОГРАМА
навчальної дисципліни
«КОЛОРИСТИКА ТА ОСНОВИ ДИЗАЙНУ»
для підготовки на першому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти освітнього ступеня бакалавра
із спеціальності D5 Маркетинг
галузі знань D Бізнес, адміністрування та право

м. Хмельницький
2026

РОЗРОБНИКИ:

Доцентка кафедри фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку, кандидатка економічних наук, доцентка
20 січня 2026 року

Євгена ЗАБУРМЕХА

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій
22 січня 2026 року, протокол № 7.

Завідувачка кафедри, кандидатка економічних наук, доцентка
22 січня 2026 року

Наталія ЗАХАРКЕВИЧ

Деканеса факультету управління та економіки, кандидатка економічних наук, доцентка
23 січня 2026 року

Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
18 лютого 2026 року, протокол № 5.

Голова методичної ради університету, кандидатка наук з державного управління, доцентка
18 лютого 2026 року

Ірина КОВТУН

ЗМІСТ

	Стор.
1. Опис навчальної дисципліни	– 3
2. Заплановані результати навчання	– 3
3. Програма навчальної дисципліни	– 4
4. Структура вивчення навчальної дисципліни	– 7
4.1. Аудиторні заняття	– 7
4.2. Самостійна робота студентів	– 7
5. Методи навчання та контролю	– 8
6. Схема нарахування балів	– 8
7. Рекомендовані джерел	– 9
7.1. Основні джерела	– 9
7.2. Допоміжні джерела	– 10
8. Інформаційні ресурси в Інтернеті	– 12

1. Опис навчальної дисципліни

1. Шифр і назва галузі знань	– D5 Маркетинг
2. Код і назва спеціальності	– D Бізнес, адміністрування та право
3. Назва спеціалізації	– спеціалізація не передбачена
4. Назва дисципліни	– Колористика та основи дизайну
5. Тип дисципліни	– вибіркова
7. Освітній рівень, на якому вивчається дисципліна	– перший
8. Ступінь вищої освіти, що здобувається	– бакалавр
11. Обсяг вивчення дисципліни:	
1) загальний обсяг (кредитів ЄКТС / годин)	– 3,0/90
12. Форма семестрового контролю	– залік
13. Місце дисципліни в логічній схемі:	
1) попередні дисципліни	– ОК 4 Інформаційні системи та технології ОК 12 Історія маркетингу ОК 8 Психологія
2) супутні дисципліни	– ОК 18 Організаційно-правові основи підприємницької діяльності ОК 19 Інформаційні технології в маркетингу ОК 20 Маркетинг
3) наступні дисципліни	– ОК 21 Маркетингові дослідження ОК 23 Поведінка споживачів
14. Мова вивчення дисципліни	– українська.

2. Заплановані результати навчання

Програмні компетентності, які здобуваються під час вивчення	Загальні компетентності
	ЗК1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.
	ЗК2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові

<p>навчальної дисципліни</p>	<p>цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p style="text-align: center;">Спеціальні компетентності</p> <p>СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p>
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового інструментарію.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 18. Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p>

3. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Теорія кольору

Світло та спектр видимого випромінювання. Довжина хвилі та сприйняття кольору. Взаємодія світла з поверхнею (відбиття, поглинання, заломлення). Особливості людського зору. Адитивна модель (RGB). Субтрактивна модель (CMYK). HSL, HSV. Колірні профілі в цифровому та друкованому середовищі. Основні, похідні та третинні кольори. Комплементарні пари. Теплі та холодні кольори. Гармонії кольору (монохромна, аналогова, комплементарна, тріадна, тетрадна, розщеплена комплементарна). Характеристики кольору: тон (Hue), насиченість (Saturation), світлість (Lightness), контраст.

Тема 2. Вплив кольору на людину

Фізіологія зорового сприйняття. Вплив кольору на нервову систему. Колір і серцевий ритм. Стимулюючі та заспокійливі кольори. Вплив на працездатність і концентрацію уваги. Колір і поведінкові реакції. Колір як фактор прийняття рішень. Вплив кольору на апетит. Колір і відчуття простору. Гендерні та вікові особливості сприйняття.

Тема 3. Психологічне сприйняття та емоційне значення кольору

Колір як емоційний стимул. Позитивні та негативні асоціації. Архетипи кольору. Теплі та холодні відтінки і їхній вплив на настрій. Колір і тривожність. Колір у формуванні довіри. Культурні відмінності в емоційному трактуванні кольору. Індивідуальні особливості кольорового сприйняття.

Тема 4. Колористика – психологія сприйняття кольору

Поняття колористики. Закономірності поєднання кольорів. Контраст і нюанс. Тональна рівновага. Температурний баланс. Психологічна гармонія кольору. Колірна домінанта. Акцент і фон. Візуальна вага кольору. Колірна перспектива.

Тема 5. Вірне поєднання кольорів

Принципи гармонійного поєднання. Правило 60–30–10. Використання комплементарних пар. Баланс насиченості. Контраст світлого і темного. Тепло-холодний баланс. Уникнення колірної перевантаженості. Помилки у поєднанні кольорів. Адаптація палітри до цільової аудиторії.

Тема 6. Організація композиції

Композиційний центр. Візуальна ієрархія. Рівновага (симетрія, асиметрія). Ритм і повтор. Масштаб і пропорції. Колір як засіб виділення акценту. Контраст у композиції. Простір і фон. Колірна глибина. Закони гештальт-психології в композиції.

Тема 7. Колір у рекламі

Колір як інструмент впливу. Психологія кольору в маркетингу. Колір логотипу. Колір кнопки (СТА). Формування довіри через колір. Брендова айдентика. Емоційна реклама. Кольорові тренди у рекламі. Міжкультурні особливості рекламної палітри. Колір і конверсія.

Тема 8. Мистецтво презентації

Колір слайдів і читабельність. Контраст тексту та фону. Мінімалізм у палітрі. Психологічний вплив кольору під час публічного виступу. Акцентування уваги за допомогою кольору. Гармонія візуального ряду. Темна та світла тема презентації. Візуальна ієрархія інформації.

Тема 9. Кольорове оформлення магазину

Колір інтер'єру та поведінка покупця. Колір і апетит (для продуктових магазинів). Зонування простору кольором. Освітлення та передача кольору. Теплі й холодні відтінки у торговому просторі. Колір бренду в оформленні. Вітрина як кольоровий акцент. Сезонні зміни палітри. Вплив кольору на тривалість перебування покупця.

4. Структура вивчення навчальної дисципліни

4.1. Аудиторні заняття

4.2.1. Аудиторні заняття (лекції, семінарські заняття) проводяться згідно з темами та обсягом годин, передбачених тематичним планом.

4.2.2. Плани лекцій з передбачених тематичним планом тем визначаються у силабусі навчальної дисципліни.

4.2.3. Плани семінарських занять з передбачених тематичним планом тем, засоби поточного контролю знань визначаються у силабусі навчальної дисципліни.

4.2. Самостійна робота студентів

4.3.1. Самостійна робота студентів включає завдання до кожної теми.

4.3.2. Завдання для самостійної роботи студентів зазначаються в силабусі навчальної дисципліни.

5. Методи навчання та контролю

Під час лекційних занять застосовуються:

- 1) традиційний усний виклад змісту теми;
- 2) слайдові презентації.

На семінарських заняттях відбувається:

- дискусійне обговорення проблемних питань;
- тренінги спрямовані на розвиток здатності генерування нових ідей;
- вирішення тестових завдань;
- повідомлення про виконання індивідуальних завдань.

Поточний контроль знань студентів з навчальної дисципліни проводиться у формах:

1. усне або письмове (у тому числі тестове у Google формі чи он-лайн вікторини Kahoot) бліц-опитування студентів щодо засвоєння матеріалу попередньої лекції;
2. розв'язок та захист кейсів.

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі заліку, за умови якщо здобувач освіти за поточний контроль накопичив менше 36 балів, або бажає отримати підсумковий бал вищий за розрахунковий, який обчислюється за формулою:

$$\sum c = \text{Бпк} * 100 / 60, \text{ де:}$$

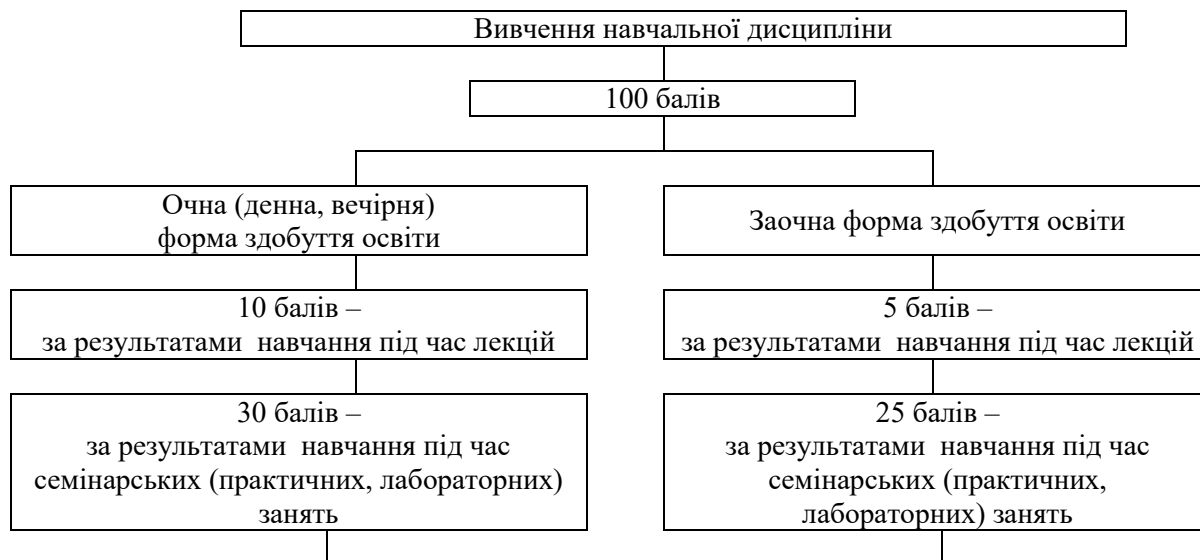
$\sum c$ – загальна кількість балів;

Бпк – кількість балів, отриманих за поточний контроль.

Структура залікового білету включає 40 тестових завдань різної складності.

6. Схема нарахування балів

6.1. Нарахування балів за результатами навчання здійснюється за схемою, наведеною на рис.



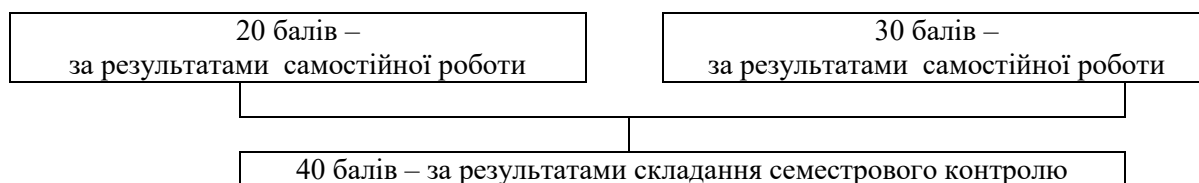


Рисунок 1. – Схема нарахування балів

6.2. Обсяг балів, здобутих студентами під час лекцій, семінарських занять, самостійної роботи студентів та виконання індивідуальних завдань визначаються у силябусі навчальної дисципліни.

7. Рекомендовані джерела

7.1. Нормативно-правові акти

1. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР
2. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні: Закон України № 1667-ІХ, 15 липня 2021 року. Офіційний вісник України від 25.09.2020–2021 р., № 65, стор. 13, ст. 4103, код акта 106631/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text>

7.2. Підручники та навчальні посібники

1. Адамс Ш. Як дизайн спонукає нас думати / пер. з англ. С. Пухлій. Київ : ArtHuss, 2020. 256 с.
2. Блумквіст Г., Кільдюшева В. Натхнення кольором. Як створити ідеальну палітру. Київ : ArtHuss, 2021. 192 с.
3. Горнунг Д. Колір. Практикум для художників та дизайнерів / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2025. 248 с.
4. Денисенко С. Теорія кольору : навчальний посібник. Київ : Вища школа, 2021. 160 с.
5. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2024. 208 с.
6. Ітген Й. Мистецтво кольору / пер. з нім. А. Блащук. 3-тє вид. Київ : ArtHuss, 2022. 160 с.
7. Кросс Д. Дизайн – це робота / пер. з англ. Київ : ArtHuss, 2021. 240 с.
8. Синепупова Н. Композиція: Тотальний контроль. Київ : ArtHuss, 2020. 176 с.
9. Чалдіні Р. Психологія впливу / пер. з англ. Харків : КСД, 2022. 352 с.

7.4. Допоміжні джерела

1. Гармонія кольорів у дизайні: як створювати вдалі палітри : сайт. URL: cases.media (дата звернення: 18.02.2025).
2. Гірняк М. Психологія кольору в маркетингу та рекламі : стаття. 2023. URL: marketer.ua (дата звернення: 18.02.2025).
3. Колір у вебдизайні: повний гайд для новачків : сайт. URL: itstep.org (дата звернення: 18.02.2025).
4. Колористика в інтер'єрі: як правильно поєднувати відтінки : стаття. 2022. URL: thearchitect.pro (дата звернення: 18.02.2025).
5. Композиція в дизайні: основні принципи та прийоми : сайт. 2024. URL: prjctr.com (дата звернення: 18.02.2025).
6. Мистецтво презентації: як колір впливає на сприйняття слайдів : стаття. 2021. URL: happyfriday.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).
7. Психологія сприйняття кольору : навчальний блог. 2023. URL: creativelive.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).
8. Сенсорний маркетинг: як колір та світло продають у ритейлі : сайт. 2022. URL: retailers.ua (дата звернення: 18.02.2025).

9. Теорія кольору для дизайнерів: від колірної кола до психології : стаття. 2024. URL: skvot.io (дата звернення: 18.02.2025).
10. Як підібрати кольорову гаму для бренду : гайд. 2023. URL: varto.com.ua (дата звернення: 18.02.2025).
11. Adams S. The Designer's Dictionary of Color. Updated Edition. New York : Abrams, 2024. 256 p.
12. Caldas S. Palette Perfect for Graphic Designers and Illustrators. Barcelona : Hoaki, 2021. 240 p.
13. Eiseman L. Pantone's Guide to Communicating with Color. New York : Pantone Books, 2023. 176 p.
14. Hibit E. Color Theory For Dummies. Hoboken : Wiley, 2022. 336 p.
15. Krause J. Color for Designers: Ninety-five Color Studies. San Francisco : Peachpit Press, 2020. 240 p.
16. Mollica P. Special Subjects: Basic Color Theory. Lake Forest : Walter Foster Publishing, 2020. 40 p.
17. St. Clair K. The Secret Lives of Colour. London : John Murray Press, 2022. 320 p.
18. Wada S. A Dictionary of Color Combinations. Vol. 1. Kyoto : Seigensha, 2020. 354 p.
19. Ward J. Visual Merchandising: Window and in-store displays for retail. London : Laurence King, 2021. 224 p.

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Офіційний сайт Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського . [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
2. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Українська Асоціація Маркетингу. Офіційний сайт. – Режим доступу : <http://www.uam.in.ua>.
4. Реклама, маркетинг, PR, SEO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.proreklamu.com/>